

Міністерство освіти і науки України  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет»  
імена академіка Степана Дем'янчука  
Кафедра географії і туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВ**

**ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ  
В УКРАЇНІ**

**Виконав:**

студент факультету географії, історії та  
туризму

**спеціальності 242 Туризм**

Давидюк Роман Васильович

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент кафедри

Глушкова Тетяна Сергіївна

**Рецензент:**

д.геогр.н., професор

Калько Андрій Дмитрович

ВСП «Рівненський технічний

фаховий коледж НУВГП»

**Рівне-2022**



ДАВИДЮК Р. В.

## ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Охарактеризовано передумови виникнення та функції військового туризму. Виявлено та систематизовано підходи до поняття та класифікації військового туризму. Описано концептуальні основи формування кон'юнктури ринку військового туризму. Виявлено тенденції розвитку військового туризму в Україні. Проаналізовано пропозицію туристичного продукту військового туризму в Україні. Досліджено попит на туристичний продукт військового туризму. Розглянуто зарубіжний досвід розвитку військового туризму та можливості його використання в Україні. На підставі вивчення досвіду інших країн та аналізу попиту та пропозиції туристичного продукту розроблено рекомендації щодо вдосконалення кон'юнктури ринку та розроблено новий військовий тур.

**Ключові слова:** військовий туризм, кон'юнктура ринку, попит, пропозиція, туристичний продукт.

DAVYDIUK R.V.

## ASSESSMENT OF THE MILITARY TOURISM MARKET CONDITION IN UKRAINE

Prerequisites and functions of military tourism are described. Approaches to the concept and classification of military tourism are identified and systematized. The conceptual bases of the formation of the military tourism market situation are described. Trends in the development of military tourism in Ukraine have been identified. The offer of the tourist product of military tourism in Ukraine is analyzed. The demand for the tourist product of military tourism has been studied. Foreign experience of military tourism development and possibilities of its use in Ukraine are considered. Based on the study of the experience of other countries and the analysis of the demand and supply of the tourist product, recommendations for improving the market condition were developed and a new military tour was developed.

**Key words:** military tourism, market conditions, demand, supply, tourist product.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Передумови виникнення та функції військового туризму.....	7
1.2. Військовий туризм: підходи до поняття та класифікації.....	10
1.3. Концептуальні основи формування кон'юнктури ринку військового туризму.....	16
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	21
РОЗДІЛ 2.ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	22
2.1. Виявлення тенденцій розвитку військового туризму в Україні.....	22
2.2. Аналіз пропозиції туристичного продукту військового туризму в Україні .....	24
2.3. Дослідження попиту на туристичний продукт військового туризму.....	30
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	35
РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ КОН'ЮНКТУРИ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	36
3.1. Напрями удосконалення кон'юнктури ринку військового туризму.....	36
3.3. Удосконалення туристичної пропозиції військового туризму.....	39
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	44
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	53

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У наш час відбуваються події, які мають величезне значення для історії України та формування свідомості українців. На жаль цей процес є складним та жертвним, адже це війна. Серед багатьох тем для дослідження я обрав військовий туризм, адже маю практичний досвід у військовій справі. Окрім цього, вважаю, що ця тема залишатиметься актуальною для України у майбутньому.

Загалом, якщо розглядати загальні тенденції розвитку військового туризму, варто вказати, що він існував в обмеженому середовищі та сьогодні переріс у масовий інтерес, із рейтингом, що швидко збільшується. Існує сегмент туристів, що втомилася від офісної рутини, їм не вистачає драйву, емоцій. Недоотримавши у дитинстві пригод, потенційним туристам мало банального пейнтболу та страйкболу. Вони мріють навчитися володіти бойовою зброєю, хочуть пожити у спартанських умовах, взяти участь у військових зборах. Військові туристи готові витратити сили, кошти, щоб перевірити організм на міцність, відчути адреналін, перебуваючи в армійській обстановці.

Україна має тривалу героїчну та водночас трагічну історію. На території країни проходили численні битви, вона завжди була предметом інтересу та територіальних посягань з боку інших держав. І саме завдяки цьому тепер в Україні багато ресурсів для розвитку військового туризму: численні фортифікаційні споруди, військова техніка часів Другої світової війни та інших періодів, місця битв та боїв ще за часів Запорізької Січі або Київської Русі.

Події, які зараз відбуваються в країні, привертають до неї додаткову світову увагу. І навіть після закінчення війни інтерес до військової техніки та зброї залишиться.

Усе вищенаведене зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота пов'язана з науковою тематикою кафедри географії та туризму МЕНУ імені академіка Степана Дем'янчука «Мінеральні та рекреаційні ресурси Рівненщини: економіко-географічні та туристичні аспекти» (№018U001569).

Військовий туризм досліджували як вітчизняні так і закордонні вчені. Найбільш суттєві дослідження військової пропозиції в Україні зустрічаються у працях Н. Корнілової, К. Скупенко, В. Кушнар'ова, О. Поліщука, проте у працях вказаних авторів відсутні сучасні кон'юнктурні дослідження. Вчені О. Гуржій та О. Пилявець обґрунтували проблемні питання військової термінології, що має значення для розвитку військового туризму; зокрема Д. Каднічанський, М. Каднічанська та А. Мельник описали проблематику термінології та класифікації безпосередньо мілітарі-туризму. Серед іноземців варто відмітити праці J. Eade, M. Katić, G. Hao, M. Hrusovsky, K. Noeres, I. Ratnayake, M. Napugoda, V. Smith, D. Venter, A. Weaver, R. Zwigenberg.

Отже військовий туризм є достатньо популярною темою у працях вчених, проте доцільним є проведення сучасних кон'юнктурних досліджень.

**Мета і завдання дослідження.** Мета дослідження – оцінити кон'юнктуру ринку військового туризму в Україні.

Завдання дослідження у дипломній роботі:

- 1) охарактеризувати передумови виникнення та функції військового туризму;
- 2) виявити та систематизувати підходи до поняття та класифікації військового туризму;
- 3) описати концептуальні основи формування кон'юнктури ринку військового туризму
- 4) виявити тенденції розвитку військового туризму в Україні;
- 5) проаналізувати пропозицію туристичного продукту військового туризму в Україні;
- 6) дослідити попит на туристичний продукт військового туризму;

7) обґрунтувати можливості впровадження зарубіжного досвіду у практику формування військових турів;

8) розробити новий військовий тур.

**Об'єктом** дослідження виступає кон'юнктура туристичного продукту військового туризму на ринку України.

**Предметом** дослідження виступають фактори впливу на формування попиту та пропозиції на продукт військового туризму в Україні.

**Методи дослідження.** При написанні дипломної роботи було використано методи емпіричного та теоретичного дослідження, зокрема, аналіз, синтез, моделювання, систематизація, порівняння, індукції.

**Наукова новизна.** Здійснено аналіз кон'юнктури ринку військового туризму в Україні та визначено шляхи удосконалення продукту військового туризму шляхом застосування зарубіжного досвіду.

**Практичне значення.** Військовий туризм може стати перспективним напрямком для України, адже війна набула величезного розголосу майже у всіх країнах світу. Якщо сформувати широкий асортимент військових турів, у тому числі для іноземців, можна буде розраховувати на високий попит. Окрім того, позитивним наслідком стане приплив валюти від іноземного туризму, що має надзвичайне значення для відновлення інфраструктури держави.

**Особистий внесок дослідника.** Розроблено військові тури, які можуть бути реалізовані у туристичній індустрії України.

**Апробація результатів дослідження.** За результатами роботи взято участь у конференції та опубліковано тези: Глушкова Т.С., Давидюк Р.В. Перспективи розвитку військового туризму в Україні: проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів: матеріали I міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 1 травня 2022 року).





## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1. Передумови виникнення та функції військового туризму

Конфлікти завжди грали помітну роль формуванні та увічненні культур у вигляді різних форм. Війни, як агенти створення історії, твердо дотримуються колективної психіки і є глибоко укорінені фундаментальні символи в різних культурах, які виступають як імперативні інструменти для побудови соціальної ідентичності. І це не змінилося сьогодні. Отже, війна стала своєрідним продуктом, який отримав реалізацію у туристичній індустрії, адже туризм завжди спирався на потреби споживачів.

До початку XIX століття більшість битв мали короткочасний характер. Один із перших військових кореспондентів, голландський живописець Віллем ван де Вельде Старший у 1653 році вийшов у море на маленькому човні, з яким спостерігав морську битву між голландцями та англійцями, зробивши на місці кілька його замальовок.

Поширення військового туризму став одержувати із середини XIX століття. Засновник організованого туризму Томас Кук під час громадянської війни в США організував екскурсії британських туристів на місця бойових дій в Америці. Перша битва при Булл-Ран (назване конфедератами як «Перша битва при Манассасі») – перша велика сухопутна битва громадянської війни, що відбулася 21 липня 1861 року. Подивитися на хід битви з'їхалося безліч представників вашингтонської еліти, які розраховували побачити швидкий розгром армії жителів півдня. Коли армія жителів півночі була розгромлена, глядачі в паніці кинулися їхати в Вашингтон, що створило пробку на дорозі.

Під час Кримської війни група американських туристів на чолі з Марком Твенем відвідала зруйнований Севастополь. У свою чергу, командувач російської армії князь А. Меншиков 1854 року запрошував жінок із севастопольського вищого світу спостерігати за битвою на Альмі з сусіднього пагорба. А в лавах британської армії в 1854 знаходилася Френсіс Дьюберлі, дружина армійського скарбника, яка приїхала спостерігати за ходом бойових дій і залишалася на передовій, незважаючи на протести командування.

Щодо України, то у 2010 році Київський національний університет імені Тараса Шевченка запропонував Міністерству оборони розробити наукову програму розвитку військового туризму. Проте відповідь виконувача обов'язків директора Департаменту економічної діяльності Міноборони Новосолова була негативною. Влада вважала, що здійснення витрат на додаткові дослідження у цій сфері недоцільне [17., с.107]. Досі жодних нормативних документів щодо розробки, організації та розвитку мілітарі-туризму не існує, а визначення цього виду навіть не зустрічається у Законі «Про туризм» [31.].

Не зважаючи на труднощі вимірювання статистики зростання індустрії військового туризму, аналіз літератури показує, що поїздки в райони конфліктів і політичної нестабільності характеризуються позитивною динамікою [2., 21., 32.]. Споживачами військового туризму частіше вичтупають любителі активного відпочинку, це зазвичай досить молоді люди. Якщо раніше більше половини клієнтів складала публіка у віці 35–45 років, то зараз людей цього віку не більше 20%, а основну масу становлять 18–34-річні (54%) [19.].

Головною метою військового туризму є виховання та підтримання інтересу до минулого миру та нації, вироблення моральних підвалин та розвиток розуміння подій, що стосуються трагічного минулого. Виходячи з цього, можна виокремити такі функції військового туризму:

1. Пізнавально-освітня функція. Здобуття та поповнення знань, знайомство з природою, історією, культурою як свого регіону і країни, так і інших країн та народів. Ця функція дозволяє краще розуміти етапи розвитку свого народу та світу загалом. Крім того, пізнавальні тури надають можливість вивчення військової техніки та обладнання, деякі з них створюють імітацію військових дій для того, щоб краще розуміти події, що відбуваються в минулому.

2. Інтегруюча функція. Військовий туризм сприяє розвитку міжнародних економічних відносин, виникненню низки міжнародних міжурядових та неурядових організацій та спілок. На сьогоднішній день деякі туристські компанії пропонують маршрути місцями Другої Світової Війни. Інтерес у людей до історії дозволяє нам об'єднуватися та підштовхувати процес глобалізації.

3. Виховна функція. Ця функція є основною та виділяється серед інших видів туризму. Військовий туризм сприяє формуванню моральних, моральних та естетичних якостей, щеплення любові до навколишнього світу, включаючи свій власний вигляд.

4. Спортивна функція. Спеціальна підготовка з туристської техніки для участі у різноманітних заходах, пов'язаних з військовим туризмом, сприяє зміцненню загальної фізичної підготовки, а також розвитку різних сторін фізичного здоров'я.

5. Естетична та емоційно-психологічна функція. Під цією функцією військового туризму розуміється можливість, що надається в туристській подорожі, насолоджуватися красою і творами об'єктами військово-історичного показу. Як можливість зняття напруги та втоми після напруженої праці, придбання позитивних емоцій від зустрічей з людьми, вражень від цікавих туристських об'єктів чи подолання природних перешкод у спортивній чи активній туристичній подорожі.

Отже, сьогодні військовий туризм починає відігравати велику роль у суспільстві. Значення такого виду туризму в житті людей, регіонів, країн та в

міжнародному житті стає все більш значущим. Військовий туризм визнають у багатьох країнах та підтверджують документами міжнародних туристських форумів.

## **1.2. Військовий туризм: підходи до поняття та класифікації**

З розвитком промисловості, виникненням нових технічних засобів, а також з появою нових умов життя, людина продовжує знаходити себе в культурі та мистецтві, а туризм сприяє цьому процесу, адже подорожі є невід'ємною частиною людського життя. Завдяки пригодам люди пізнають новий світ, відчувають гострі емоції, отримують адреналін і прагнуть побачити те, що ще десять років тому було недоступне. У зв'язку з попитом на різні види туризму виникають його нові напрями, які змушують туризм розвиватися і пропонувати мандрівникам абсолютно нові відчуття. На перший погляд здається, що індустрія туризму і військово-промисловий комплекс мають характеристики, що суперечать одна одній за своєю природою, але вони також багато в чому доповнюють одна одну [42.].

Основна мета військового туризму закладається у вихованні інтересу у молоді до подій минулого. У зв'язку з цим виділяють військові тури, які мають інформативний характер, у межах яких можна відвідувати військово-історичні пам'ятки та місця битви; а також пізнавальні тури, які включають керування військовою технікою, стрільянину з різного виду зброї. Крім того, виділяють безпосередню участь у військовому туризмі, що передбачає проживання у польових умовах, польоти на військових літаках, участь у проведенні бойових дій. Окрім цього, сьогодні однією з найбільш популярних галузей став екстремальний військовий туризм, а саме відвідування районів активних бойових дій, а також районів, де бойові дії припинені.

Проте, військовий туризм – це не просто тур, де можна постріляти з автомату та покататися на танках, це насамперед глибоке осмислення того,

що відбувалося у минулому, коли на місці проведення даного «туру» гинули люди. Тому справжній військовий туризм в Україні – це, швидше, зустріч із моторошним минулим українського народу.

У публікаціях містяться дуже обмежені відомості відносно поняття суті військового туризму. А також можемо відмітити наявність різних підходів до класифікації та визначення у іноземній та вітчизняній науковій літературі.

Для прикладу, О. Любіцева [18.] зазначає, що військовий туризм належить скоріше до розважального, ніж екстремального вигляду. Мельник визначає військовий туризм як різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з воєнними діями [20.]. М. Кляп та Ф. Шандор [14.] розглядають військовий туризм як туризм на місцях боїв та історичних битв для всіх зацікавлених, а також для ветеранів та родичів загиблих воїнів, відвідування існуючих та історичних військових об'єктів та полігонів, бойових морських кораблів, підводних човнів, катання на військовій техніці, стрільщина зі зброї на полігонах та в тирах, участь у військових навчаннях та маневрах, перебування на полігонах як глядачів - *military tour*, а також тури на відвідування військових концтаборів та в'язниць.

У ще одному підході військовий туризм розглядається як можливість подорожувати та відвідувати місця, де колись відбувалися битви, вивчати світові військово-історичні пам'ятки. У туристів з'явилася можливість користуватися військовою технікою, бойовою зброєю, брати участь у реконструкції багатьох найвідоміших битв. До екстремального виду такого туризму відносяться поїздки до місць реальних військових конфліктів.

Військовий туризм також розглядається як напрямок спеціалізованого туризму. Так, В. Кіптенко у своєму посібнику «Менеджменті туризму» визначає спеціалізований туризм як такий, що здійснюється з метою вивчення специфічних характеристик тієї чи іншої дестинації, надбання індивідуального досвіду, виконання спортивних нормативів, активного відпочинку та ін. Автор вважає, що військовий туризм не може бути лише пригодницьким або екстремальним, адже у ньому присутні елементи

розважальні і пізнавальні. Тому найкраще віднести його до окремого виду спеціалізованого туризму [13.].

Автори С. Дутчак та М. Дутчак в своїй праці «Туристсько-краєзнавчих дослідженнях» зазначають, що спеціалізований туризм – це система окремих сегментів туризму, в основі класифікації яких лежить мета подорожі. Вони виділяють у спеціалізованому туризмі пізнавально-культурно-розважальний туризм як складову, і саме в цьому сегменті бачать місце військового туризму [9.].

Дослідники В. Абрамов і У. Максютя зазначають, що військовий туризм це подорожі в зони бойових зіткнень метою яких є огляд визначних пам'яток і полів битви. Сюди можуть відноситись польоти на бойових літаках і вертольотах, постріли зі зброї та бойової техніки, відвідування військово-історичних музеїв й місць бойових дій, а також участь у реконструкціях відомих битв [17.].

У дослідженнях авторів Н. Корнілової та К. Скупенко (2019) зазначається, що військовий патріотичний туризм є різновидом туризму, мета якого – відвідати місцевість, пов'язану з військовими та воєнними діями у межах своєї країни. Особливістю військового туризму є відвідування військових частин, штабних та польових навчань, а також вивчення військового побуту, отримання навичок у поводженні зі зброєю та поліпшенні фізичної форми. Це передбачає проживання туристів у військових частинах та проходження бойової підготовки, яка подібна до тієї, яку проходять професійні військовослужбовці [16.]

Вузьке значення військового туризму пропонує Беднарський В.Д., а саме: подорожі до зон бойових дій з метою огляду пам'яток та бойових зіткнень. [2.] Також зустрічається більш деталізоване визначення – туристичні послуги, які можуть включати польоти на бойових літаках і гелікоптерах, відвідування військово-історичних музеїв та історичних місць бойових дій у різних країнах, а також участь у реконструкціях знаменитих битв.

На думку автора Д. Вентера (D. Venter), який у своїй праці «Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context», використовує поняття «туризм військової спадщини». Автор констатує, що туризм військової спадщини не чітко визначений у літературі, та функціонує поряд із такими термінами, як туризм «на крові», темний туризм і танатуризм, поняття яких відповідно були описані різними вченими (Biran & Hyde; Farmaki; Foley & Lennon; Raine; Ryan & Kohli; Sharpley & Stone; Stone) [41.].

Пізніші дослідження акумулюють в середовище військового туризму концепції туризму смерті, туризму катастроф та туризму аморальності (Skinner) [1]. Гауковець Tarlow зазначає, що темний туризм можна описати як відвідування дестинацій, де трапились трагедії чи визначні історичні події, пов'язані зі смертю, які продовжують впливати на наші життя [41.]. Seaton описує танатуризм як подорож до місця, повністю або частково мотивоване бажанням реальних або символічних зустрічей зі смертю, особливо, але не лише, насильницькою смертю [41.]. Принципова різниця між темним туризмом, танатуризмом, кровним туризмом та військовим туризмом – це те, що перші три стосуються будь-якої форми смерті або трагедії, тоді як останній стосується саме військової справи, минувшини та її історичної спадщина [41.]

В. Л. Сміт у науковій статті «War and tourism: An American ethnography», досліджуючи туристичний розвиток в США, починаючи від Першої світової війни до теперішнього часу та вплив Другої світової війни на закладення основ сучасного масового та чартерного туризму, стверджує, що військовий туризм і пов'язані з війною туристичні атракції є найбільш відвідуваними категоріями туристичних об'єктів, та вважає, що військовий туризм – емоційний вид спеціалізованого туризму [40.].

М. Храсовський та К. Ноерес [38.] дають таке визначення: військовий туризм – це відпочинок, який має військову основу. Автори виділяють дві складові туризму: продукти, що стосуються військового обладнання та

розглядаються як сегмент пригодницького туризму, та продукти, що концентруються на історичних подіях та відносяться більше до освітнього сегменту туризму.

Р. Звідженберг у праці «The Atomic City: Military Tourism and Urban Identity in Postwar Hiroshima» зазначає, що військовий туризм – це сучасний інструмент переосмислення подій минулого з метою уникнення сьогоднішніх помилок. Потенційні локації військового туризму мають стати майданчиками історичних реконструкцій та «платформами діалогу і пам'яті». Поряд з цим, автор стверджує, що відвідування військових розваг та місць пам'яті може неоднозначно сприйматися суспільством – адже одні сприймають місце як розвагу, а інші асоціюють його з трагічним досвідом [43.].

Важливими категоріями у закордонних наукових дослідженнях військового туризму є поняття військового паломництва та туризму баталій, які акцентують увагу на вшануванні пам'яті подій, осіб та втрат історичного минулого. Військове паломництво, на відміну від видів та підвидів військового туризму позбавлене розважального аспекту [36.].

Як і наукових трактувань поняття військового туризму, так і підходів до його поділу на вузькоспеціалізовані види, є кілька. На думку Д. Каднічанського, М. Каднічанської (2020), щоб визначити місце військового туризму серед інших видів, здійснити його класифікацію, потрібно зрозуміти різницю між термінами «воєнний» та «військовий»: воєнний – стосується до війни, пов'язаний з нею; військовий – який стосується війська, військовослужбовця. Отож, авторами пропонується загальний вид туризму, споріднений із відвідуванням воєнно-історичних та військових об'єктів, називати мілітарним (воєнним) туризмом. В свою чергу, мілітарний (воєнний) туризм, на думку авторів, слід розділити на три групи: воєнно-історичний, військовий (військово-пригодницький) та військово-подієвий [11., 10., 7.]

Автори М. Кляп і Ф. Шандор у вже згадуваній науковій праці «Сучасні різновиди туризму» класифікують військовий туризм на такі види:



- військово-історичний туризм (передбачає екскурсії до музеїв або інших пам'яток війни);
- зброярський туризм (ключове заняття – стрільба зі зброї);
- мілітарі-туризм (включає знайомство з військовим життям);
- воєнний туризм (основні дестинації – гарячі точки) [14.].

В. Кушнар'ов та О. Поліщук (2018) стверджують, що військовий туризм стосується історичних битв, військової техніки і споруджень та військової справи в цілому. З огляду на це, можна виокремити такі його види [17.]:

- військово-пізнавальний туризм, який передбачає відвідування військових музеїв, виставок, конференцій.

- військово-пригодницький туризм що має на меті купівлю путівки або туру, що має у комплексі всі послуги щодо забезпечення активного відпочинку з використанням військової техніки та спорядження, відвідування територій та споруд історичних бойових дій, морських бойових кораблів, підводних човнів, участь у військових навчаннях та маневрах, тури з визначеним терміном проживання в казармі чи військовій частині.

- військово-історичні реконструкції бойових дій це відвідування туристами масштабних реконструкцій історичних битв [17.]

Військово-історичний туризм – це спокійний і безпечний напрямок. Побувати на полі битви часів Великої Вітчизняної війни можна всією сім'єю. Сюди входить відвідування музеїв, пам'ятників, меморіалів. Туристам пропонуються для огляду закриті оборонні об'єкти, бункери, катакомби та інші військові укріплення. Здійснити поїздку до місць бойової слави можна не лише у своїй країні, а й за кордоном. Цей вид туризму підійде для сімейного відпочинку.

Для активніших туристів існують спеціалізовані центри, де надається можливість постріляти з справжньої бойової зброї та покататися на бойовій техніці або здійснити політ на справжньому винищувачі. Часто в таких центрах є можливість відвідати реконструкцію військової події і навіть взяти в ній участь. Такі розваги коштують недешево, тому доступні не всім.

Таким чином, військовий туризм вважається одним із нових видів туризму, який останніми роками стрімко розвивається. Пропонуємо під військовим туризмом розуміти спеціалізований вид туризму, завдяки якому туристи можуть відвідати історичні та сучасні пам'ятні військові об'єкти (або установи, локації); долучитися до реалій сучасного військового життя і побуту; взяти участь в безпечних військових подіях чи їх історичних реконструкціях.

### **1.3. Концептуальні основи формування кон'юнктури ринку військового туризму**

За своєю суттю, ринок туристичних послуг є системою взаємовідносин між суб'єктами господарювання щодо споживання та реалізації туристичних послуг [23., С. 35]. Поняття «кон'юнктура» охоплює сукупність усіх умов та обставин, в яких здійснює свою діяльність той чи інший господарюючий суб'єкт.

Основним завданням спостереження та аналізу ринку туристичних послуг є встановити яким є його поточний стан, виявити закономірності розвитку та проблемні аспекти, щоб в подальшому формувати якісний та конкурентоспроможний продукт, а це в свою чергу підвищить ефективність даної галузі, сприятиме соціально-економічному розвитку території.

Науковий аналіз кон'юнктури ринків потребує від дослідників вивчення загальних закономірностей розвитку економіки та дослідження зовнішнього середовища, оскільки жодна галузь чи підприємство не функціонує відокремлено. Окрім цього, аналізуючи туристичну кон'юнктуру, слід врахувати такі чинники, що впливають на неї як: НТП, сезонність та періодичність споживання туристичних послуг (особливо у період відпусток), соціальні конфлікти, стихійні лиха, надзвичайні ситуації тощо [4., С.142-144].

Аналізуючи кон'юнктуру ринку туристичних послуг необхідно враховувати його специфіку, а саме те що основним товаром тут є комплексний туристичний продукт, до складу якого входять послуги з проживання, транспортні послуги, екскурсійні тури та ін.

Ключовим елементом методології аналізу ринкової кон'юнктури туристичної галузі є встановлення наявних циклічних чинників та ступеня їх впливу.

Важливе місце у аналізі кон'юнктури належить маркетинговим дослідженням. Вони є ключовим елементом у загальному полі маркетингової інформації. Маркетингове дослідження поєднує споживачів, клієнтів, громадськість і маркетолога через інформацію, за допомогою якої визначають проблемні аспекти та можливості [35., С. 307.]. Найпоширенішим інструментом маркетингових досліджень є опитування.

Аналіз отриманої в процесі досліджень інформації потребує її вивчення, обробки, використовуючи при цьому різноманітні методи та прийоми. Також слід розрізняти витяг необхідної інформації з усього масиву одержаних даних. На цьому етапі широко використовують економіко-статистичні й економікоматематичні методи опрацювання інформації.

Етапами проведення аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг військового туризму можуть бути наступні:

1. Первинне дослідження ринку та зовнішнього середовища, визначення стану ринку
2. Визначення тенденцій розвитку ринку військового туризму за певний період часу (бажано більше 10 років); чинників, що впливали на розвиток
3. Підведення підсумків, формування висновків на основі інформації, отриманої з попередніх двох етапів
4. Визначення перспектив розвитку та прогноз основних показників на майбутнє.

У подальшому такі дані можна використати для розробки висновків та рекомендацій, сформувавши портрет споживача. Адже унікальність кожного

покупця пояснює високий рівень індивідуалізації послуги відповідно до запитів клієнта. Ця унікальність унеможлиблює масове виробництво для багатьох послуг. Одночасно вона породжує проблему управління поведінкою споживачів [1.]. Поведінка споживача тісно пов'язана із ключовим поняттям кон'юнктури – попитом. Розглянемо цей аспект детальніше.

Попит на туристські послуги за останні тридцять років зазнав вагомих змін, сьогоднішні тенденції в попиті наступні:

- спеціалізація та індивідуалізація у попиті;
- експансія виїзного туризму;
- екологізація мислення споживача;
- розщеплення основної відпустки;
- інтенсифікація туристичного відпочинку.

Серед параметрів, які характеризують структуру туристського попиту можна виділити три групи критеріїв: географічні, соціо-демографічні, психолого-поведінкові.

Сегментування за географічними параметрами передбачає поділ попиту різні географічні одиниці:

- внутрішній, в'їзний та виїзний туризм залежно від країни постійного проживання туриста;
- туризм частинами світу, країнам, регіонам, кантонам, містам залежно від географічної мети туристської поїздки.

Розглянемо також соціо-демографічні та психолого-поведінкові критерії сегментування туристського попиту.

До соціо-демографічних критеріїв туриста відносять вік, стать, професія, професія глави сім'ї, величина населеного пункту, де постійно проживає турист, кількість членів сім'ї, що супроводжують туриста, тип сім'ї, національність, релігійні переконання, наявність чи відсутність у сім'ї особистих транспортних коштів, дохід сім'ї, дохід одного члена сім'ї.

Психолого-поведінкові критерії туристської поведінки: мотив поїздки, психологічний портрет туриста, сезонність, організація поїздки (туроператор), форма поїздки, використовувані транспортні засоби, засоби розміщення, дальність поїздки, тривалість поїздки, джерела фінансування поїздки, консультанти та посередники у прийнятті рішення про здійснення турпоїздки.

Туризм давно став нагальною необхідністю та невід'ємною частиною життя людей. Рано чи пізно людина відчуває потребу вирушити у подорож. Його прагнення до різноманітності вражень набуває чітких обрисів, коли він приходить до рішення провести вільний час поза домом, розраховуючи зі зміною місць зняти нервову напругу та втому, що породжуються роботою.

Чим людина керується при виборі подорожі, місця туристського призначення, характеру діяльності під час подорожі? Що змушує його зробити так, а чи не інакше? Одним із ключових моментів, що дозволяють відповісти на ці питання, є мотивація подорожі та вибору туристського продукту.

Туристська мотивація можна визначити як спонукання людини, створені задля задоволення рекреаційних потреб, залежно з його індивідуальних фізіологічних і психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти тощо.

Туристські мотиви найважливіші складові елементи системи туристської діяльності, які можна як визначальні компоненти попиту, основу вибору поїздки та програми відпочинку.

Мотиви людини певною мірою формують її поведінку як покупця і споживача товарів та послуг, особливо у туризмі. Немає такого продукту, який може бути реалізований на ринку, якщо він не вироблений відповідно до споживчого попиту. Адреса туристського продукту є запорукою його продажеспособности. Розуміння мотивів потенційного туриста має значення при плануванні, формуванні та організації процесу реалізації туристського

продукту. Це дає можливість виробляти і пропонувати ринку той туристський продукт, який найбільше відповідає споживчим очікуванням.

Можна дійти невтішного висновку, що туристська мотивація це та необхідна база, де має будуватися ефективна система планування, розробки та реалізації туристського продукту.

Обмін попиту пропозицію на туристському ринку означає обмін грошей туриста на туристський продукт. За такого обміну, з одного боку, відбувається конкретне задоволення інтересів виробника (продавця) і конкретного споживача, з другого – створюються умови розширеного відтворення. Цей процес залежить від ціни на туристський продукт.

Існує правило: якщо попит перевищує пропозицію, ціни піднімаються, якщо пропозиція перевищує попит – ціни знижуються

Туризм як соціально-економічне явище надає певний вплив як на регіон, у якому розвивається, а й у матеріальну і духовну сфери діяльності і суспільства. Вплив туризму має складний характер і може бути як позитивним, і негативним. Важко оцінити і виявити всі можливі соціальні впливи туризму, оскільки у більшості випадків вони є непрямими. Проте більшість негативних впливів туризму можна уникнути шляхом комплексного планування та впровадження сучасних методів управління цим процесом (жорсткий контроль за використанням територій, ресурсів, оцінка елементів туристської пропозиції тощо).

Таким чином, розуміння та використання економіко-теоретичної сторони туризму, знання різних моделей, що впливають на вибір конкретного туристичного продукту, можуть стати запорукою успішного функціонування туристичного підприємства, просування туристичного спрямування. Вивчивши економіко-теоретичні моделі, можна виробляти ефективні прийоми, що сприяють залученню потенційного туриста та надання йому статусу постійного, і зрештою впливати на характер та обсяг туристського попиту.



## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Військовий туризм в останнє десятиліття вибухнув у багатьох західних країнах і залучив чимало сміливих і заможних туристів у райони, що постраждали від жорстоких зіткнень. Сьогодні військовий туризм починає відігравати велику роль у суспільстві, через реалізацію своїх функцій: пізнавально-освітньої, інтегруючої, виховної, спортивної, естетичної та емоційно-психологічна функція.

Виявлено, що у західній науковій літературі військовий туризм або туризм військової спадщини функціонує поряд із такими термінами, як туризм «на крові», темний туризм і танатуризм, натомість в українській науковій літературі йому відводиться місце серед екстремального, розважального та спеціалізованого видів туризму.

На підставі аналізу наукових дискусій та уже запропонованих критеріїв ідентифікації туризму запропоновано військовий туризм розуміти як спеціалізований вид туризму, завдяки якому туристи можуть відвідати історичні та сучасні пам'ятні військові об'єкти (або установи, локації); долучитися до реалій сучасного військового життя і побуту; взяти участь в безпечних військових подіях чи їх історичних реконструкціях.

Дослідження кон'юнктури ринку, знання причин формування попиту, який має вплив на вибір конкретного туристичного продукту, може стати запорукою успішної діяльності туристичного підприємства.



## РОЗДІЛ 2.

### ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### 2.1. Виявлення тенденцій розвитку військового туризму в Україні

Військовий туризм в Україні – відносно молодий напрямок подорожей та розваг. Однак цей вид туризму вже встиг набрати чималу кількість шанувальників. Наслідуючи переваги туристів, сформувалися деякі тенденції розвитку даного виду активного туризму в Україні. Розглянемо їх детальніше, оскільки вони мають вплив на формування пропозиції туристичного продукту військового туризму. До них відносяться такі:

1. Зростаючий попит на екскурсійні тури військової тематики з пізнавальною метою.
2. Великий інтерес туристів до сухопутних турів зі стрільниною зі зброї.
3. Зростання ролі ігрового військового туризму, особливо страйкболу та пейнтболу.
4. Зростання кількості турів із застосуванням військової техніки.
5. Зростання інтересу до польотів на військових літаках та інших видах повітряного транспорту.
6. Створення туристичної пропозиції орієнтованої на жінок.
7. Зростаючий інтерес до військової підготовки та підтримання армії.

Відразу зазначимо, що такий вид туризму здебільшого є незаконним, адже відвідування полігонів чи військових частин заборонено законодавством і належить до конфіденційної інформації [5.]. Проте завдяки корумпованості деяких військових цей вид відпочинку стає доступним для заможних туристів.

Розвиток військового туризму пов'язаний з конкретними економічними та історичними умовами розвитку країни та ступенем зрілості самої туристичної індустрії.

В Україні розвиток та організація військового туризму визначені такими цілями:

- 1) підтримання патріотизму та національної ідеї у населення;
- 2) ефективне використання наявного туристичного потенціалу;
- 3) вдосконалення оснащення об'єктів туристичної промисловості;
- 4) гармонізація розвитку з урахуванням особливостей історії нашої країни;
- 5) підвищення надійності та рентабельності туристичної мережі;
- 6) підвищення відсотка зайнятих місць;
- 7) збільшення рентабельності функціонування підприємств туристичної промисловості у періоди між сезонами;
- 8) залучення клієнтури шляхом надання різноманітних товарів та послуг;
- 9) постійна адаптація пропозиції до змін смаків споживачів;
- 10) заохочення співробітництва між організаціями, що займаються розвитком воєнного туризму.

Розвиток військового туризму потребує колосальних зусиль, фінансових вкладень та підтримки з боку центральних та регіональних органів влади. На жаль, на сьогоднішній день не багато турфірм пропонують програми, орієнтовані на військовий туризм. Це зумовлено невеликим попитом та великими витратами на створення та просування такого турпродукту.

Таким чином ми простежили тенденції розвитку військового туризму, які формуються в Україні останніми роками. Зазначені тенденції позитивно впливають на формування пропозиції туристичного продукту військового туризму в Україні, оскільки формуються на підставі попиту на туристичному ринку. Разом з тим, існують проблеми, які потребують вирішення та постановки нових цілей.

## 2.2. Аналіз пропозиції туристичного продукту військового туризму в Україні

Туристична пропозиція є важливою складовою кон'юнктури ринку військового туризму. Розглянемо, які тури пропонують туристичні фірми в Україні.

На сьогоднішній день в Україні діє небагато компаній як туристичних, так і спеціалізованих, які займаються організацією військових турів. Як правило, українські туроператори пропонують три види військових турів: сухопутні (катання на бронетехніці, бойові стрільби, відвідування музеїв), повітряні (польоти на бойових і спортивних машинах, стрибки з парашутом), водні (військовий).

Найчастіше компанії пропонують комбіновані варіанти, не поділяючи тур з військової тематики. Найпростіший сценарій туру включає відвідування військових об'єктів і музеїв у поєднанні з польовою кухнею і військово-спортивними іграми. Якщо клієнти ходять покататися на військовій техніці, то, наприклад, у Києві є не одна бойова розвідувально-дозорна машина, що здається в оренду. Техніка перероблена під користування цивільними особами та не може стріляти, але антураж зберігається.

Ось уже кілька років на території України діє компанія «Консул Тревел», що надає послуги військового туризму. Правовий статус компанії підтверджує співпрацю з такими структурами як Державна компанія з експорту та імпорту продукції, Міністерство оборони України, командування Сухопутних військ та Військово-Повітряних Сил України. Сухопутні програми проводяться на будь-якому з полігонів: Деснянському (50 км. від Києва), Ужгородському (20 км. від Ужгорода) або Яворівському. Найцікавіша позиція супутньої програми – участь у стрільбі та веденні танка, а також бойових машин піхоти. Любителі стрілецької зброї мають можливість стріляти з бойової снайперської гвинтівки, карабіна СКС, легендарних «Калашникова», «Нагана» тощо. Після проходження медичної

комісії туристи можуть політати на діючих військових винищувачах та штурмовиках С-27УБ, Мі-29УБі, Л-39і вертольотах Мі-8. Усі вильоти здійснюються з аеродромів Міноборони неподалік міст Миргород, Умань, Івано-Франківськ [24].

Туроператор «Voyage Organization Group» пропонує екстремальний тур на військове стрільбище. Відвозять на спеціальний полігон комфортабельним транспортом. Дорога займе близько сорока хвилин. По приїзду військовий керівник проводить докладний інструктаж, після чого туристи вирушають на вогневий рубіж і вже там у них буде чудова можливість вдосталь постріляти з різних типів зброї: пістолет, автомат, рушниця, гвинтівка та інші. Весь тур займе близько трьох-чотирьох годин, залежно від кількості учасників. Вартість туру залежить від обраного пакету туристом [29]. Пакети коштують від 1331 до 2497 грн. У вартість включено: проїзд комфортабельним транспортом, спеціальний інструктаж, супровід персонального інструктора, користування зброєю та патронами згідно з обраною програмою, страховка, прохолодні напої після закінчення туру. Склад чотирьох туристичних пакетів представлено у додатку А.

Туроператор «Wonder&Holiday» пропонує кілька варіантів військових турів на секретні об'єкти, до музею ракетних військ, катання на бронетранспортері, бойових розвідувально-дозорних машинах [30]. Пропозиція військових турів туроператора Wonder&Holiday представлена у додатку Б.

У клубі активного відпочинку «Тяжкий дощ» (м. Сколе, Львівська обл.) майже за 3,5 тис. грн пропонують прихильникам військового туризму провести тиждень в умовах, наближених до служби в армії з вивченням статуту та стройовою підготовкою.

У Чернівецькій області функціонує молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста», створений 11 травня 2006 року. Свою назву він діставав від гори Садніста, яка унікальна тим, що є практично ідеальним полігоном для занять більшістю видів активного

відпочинку та військового туризму. На захід і південь від Садністою немає населених пунктів і господарств. Гірські дороги, що залишилися ще від Першої світової війни, дають практично необмежені можливості для організації та проведення військових турів на бронетранспортерах [26.].

Громадська організація «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс» розташований у хуторі Шампань Звенигородського району Черкаської області. Музей задуманий як музей-панорама радянського періоду, щоб кожен відвідувач міг відчути себе у ролі партизана, побувавши на відтвореній партизанській базі, або у ролі воїна-афганця, відвідавши відбудований кишлак, відчути, що таке військова техніка і покататися на полігоні. Також є можливість стріляти холостими патронами з різних типів зброї: автомата, гвинтівки, верстатного кулемета Максим, ручного кулемета, танкового кулемета [27.].

У селі Гукливий (Закарпаття) знаходиться єдиний в Україні та країнах СНД військовий готель «Грінгоф», саме тут де проходила знаменита військова лінія Арпада [25.]. Укріплення склалися з двох потужних вузлів оборони польового типу на перевалах та шести вузлів довгострокової оборони, які «закривали» долину річки Латориця, тут збереглися залишки: 35 дзотів, 95 дотів, 8 ліній протитанкових споруд, 100 вогневих точок, 6 протитанкових смуг, полів, ескарпи, лісові завали. Лише на Закарпатті було 6 військових ліній, одна з них – лінія Гуняди, що проходила Вододільний хребет і включала не лише Закарпаття, а й Львівську та Івано-Франківську області, а ще - лінія святого Іштвана та святого Ласло, також у Закарпатті та фортифікаційні споруди часів Чехословацької Республіки 1919-1938 років – лінія Масарика та лінія Бенеша. Технологічна карта маршруту описана у додатку В.

У Львові цікавою для любителів мілітарі є СВІМ – система воєнізованих ігор молоді – авторська програма Назара Думи, спрямована на систематизацію, науково-методичне обґрунтування та творчий пошук у галузі воєнізованих ігор та військово-спортивних змагань [28.]. Табори СВІМ

можна назвати справжньою школою мужності та вдосконалення. Програма табору насичена бойовими операціями, які може бути як запланованими, і зовсім непередбачуваними. За сценарним планом, ігровий табір СВІМ – це військова база миротворців, звідки вирішуються різні бойові завдання.

За словами туроператорів, військовим туризмом зацікавлені, в основному, офісні працівники та жителі великих міст, які бажають відпочити від рутинної роботи, молодь, туристи-екстремали. Великий інтерес до військових об'єктів України виявляють іноземці (з Угорщини, Іспанії, Канади). У європейців, зокрема, користуються популярністю тури, присвячені історії Другої світової війни.

Таким чином, автор О. Поліщук провів ґрунтовні дослідження туристичної пропозиції військового спрямовування ще у період проведення антитерористичної операції на сході України. Популярними туристичними destinations він визначає такі області як Київську, Черкаську, Кіровоградську, Закарпатську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Львівську. Серед організаторів автор відзначає компанію «Консул Тревел», туроператорів «Voyage Organization Group» та «Wonder&Holiday», клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ», молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста», громадську організацію «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс», військовий готель «Грінгоф», Назара Думу (який розробив авторську програму) [22.]. Нами систематизовано пропозицію військового туризму за регіональною ознакою та складом послуг (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2.

### Пропозиція військового туризму\*

Найменування фірми	Цінова політика	Область, місто	Туристичні об'єкти	Додаткові послуги
Компанія «Консул Тревел»	-	Київська, Закарпатська, Львівська області. Миргород, Умань, Івано-	полігонів: Деснянському (50 км. від Києва), Ужгородському (20 км. від Ужгорода) або	участь у стрільбі та веденні танка, а також бойових машин піхоти. політати на діючих військових винищувачах та штурмовиках

		Франківськ	Яворівському.	
--	--	------------	---------------	--

продовження таблиці 2.2

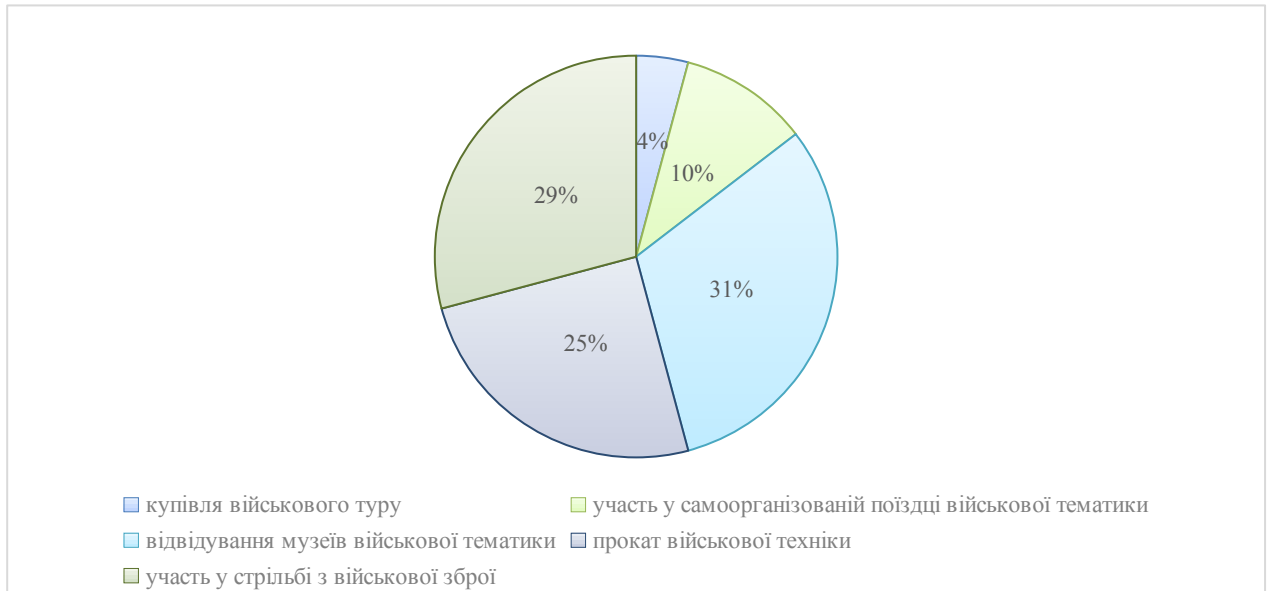
Туроператор «Voyage Organization Group»	1331 – 2497 грн.	Київська	Київський стрілецький полігон, Київ	Стрільба, супровід персонального інструктора, користування зброєю та патронами згідно з обраною програмою, страхівка, прохолодні напої після закінчення туру
Туроператор «Wonder & Holiday»	500 – 1600 грн. / на людину	Кіровоградська, Київська	Секретний об'єкт «Скеля» та ставка Гімлера, музею ракетних військ, полігонів: Деснянському (50 км. від Києва), Київ	Екскурсія, стрільба, Катання на БТР та БРДМ.
Клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ»	-	Львівська	-	умовах, наближених до служби в армії
Молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста»	-	Чернівецька	-	військових турів на бронетранспортерах у гірській місцевості
Громадська організація «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс»	-	Черкаська	патріотичний центр-музей «Шампаньтранс»	Робьові ігри, стріляння холостими патронами, екскурсії, катання на військовій техніці
Військовий готель «Грінгоф»,	-	Закарпатська	-	Історичні екскурсії, анімативні ігри, військова кухня.
авторська програма Назара Думи	-	Львівська	Львів	система воєнізованих ігор молоді

\*складено автором

Сучасні ж ринкові дослідження вказують, що половина респондентів знайома з поняттям «військовий туризм» (54%), проте уточнюючі запитання дозволили виявити, що лише 4% опитаних осіб купували військовий тур, а 11% – приймали участь у самоорганізованій поїздці військової тематики.



Проте насправді, залученими до подорожей військового спрямування значно більше, адже 31 % респондентів відвідували музей військової тематики, 25% – користувалися послугою прокату військової техніки, а 29% – брали участь у стрільбі з військової зброї (рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Рівень залученості респондентів до військового туризму**

(діаграма створена авторами на основі отриманих первинних даних у період з 20.02.2022 по 22.02.2022)

Україна володіє чималою кількістю пам'яток воєнної історії, більшість яких недоступні. У 2022 році Україна піднялася з 23 позиції, до 15-ї серед країн із найбільшими воєнізованими економіками згідно з Глобальним індексом мілітаризації [33.]

Таким чином, в Україні є пропозицій військового туризму. Здебільшого, існують однотипні пропозиції відвідати військовий музей чи стрільбище. Пропозиція військових турів надана навіть не у всіх обласних центрах. Вважаємо за необхідне вдосконалення пропозиції товару військового туризму та її просування.

Можемо констатувати, що зацікавлених у військовій тематиці значно більше ніж таких, що взяли участь у військових турах. З огляду на це, можемо припустити, що популярними стануть комбіновані тури (поєднані,

доля прикладу з історичним або гастрономічним туризмом). Окрім того, значна увага світової спільноти до подій в Україні у майбутньому створить передумови значного попиту на туризм для іноземців. Щоб бути готовими до кон'юнктурних змін на ринку, туристичним операторам варто наперед подбати про розширення пропозиції військового туризму цікавими турами.

### **2.3. Дослідження попиту на туристичний продукт військового туризму**

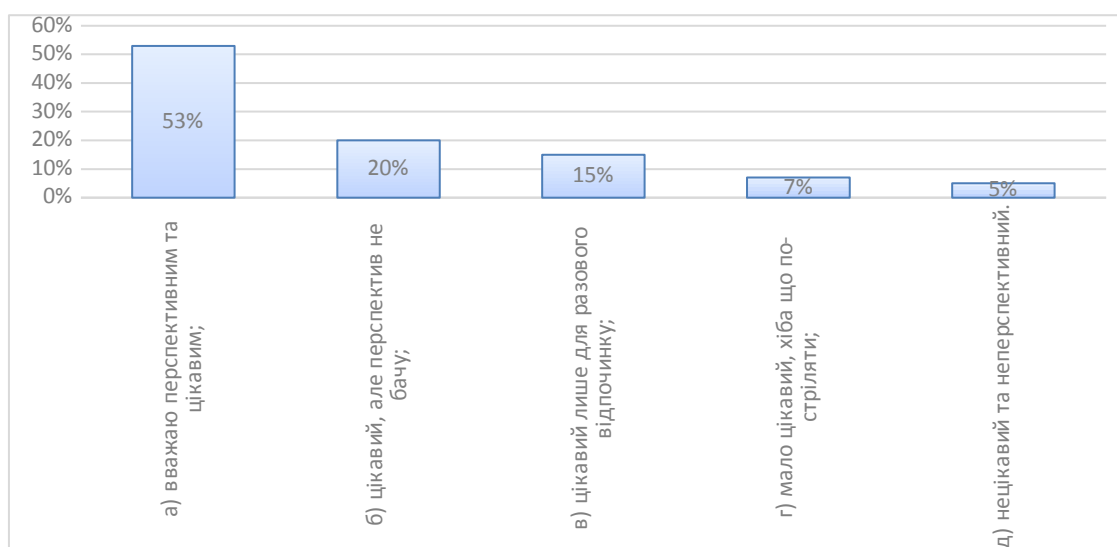
Істотним недоліком у роботі туристичних підприємств є відсутність статистичної інформації необхідність надання «пакета туристичних послуг» з військового туризму. Значно цьому може допомогти розробка відповідної методики вивчення індивідуальних пріоритетів та потреб туристів.

Для дослідження попиту на військові тури в Україні здійснено опитування туристів. Загалом опитано 170 осіб із різних областей. Дані анкетування систематизовані та узагальнені автором.

Перша частина анкети (яка розміщена у додатку Г) включає питання соціально-демографічних характеристик: стать (2 варіанти відповіді питання), вік (5 варіантів), освіту (4 позиції на вибір) і дохід (4 варіанти відповіді питання). Результати відповідей на питання даної частини анкети оформлені у таблиці 3 (додаток Д). На підставі проведеного опитування можна скласти портрет споживача продукту військового туризму в Україні за соціально-демографічними показниками: чоловіки 18-35 років з вищою або середньою професійно-технічною освітою та досить високим рівнем доходу (понад 9000 грн. на місяць). Цієї думки дотримуються і туристичні оператори під час орієнтування свого продукту. Також відмітимо, що є потенціал для розширення цільового сегмента споживачів, включаючи жінок та туристів із нижчим рівнем доходу. Цьому сприятиме надання послуг у різних цінових сегментах та правильні маркетингові засоби для їх просування.

Друга частина анкети складається з питань про військовий туризм в Україні: для визначення рівня поінформованості туристів та їхньої зацікавленості.

Було поставлене питання про те, чи вважають туристи цікавим та перспективним військовий туризм в Україні. Дані відповідей відображені на рисунку 2.2.



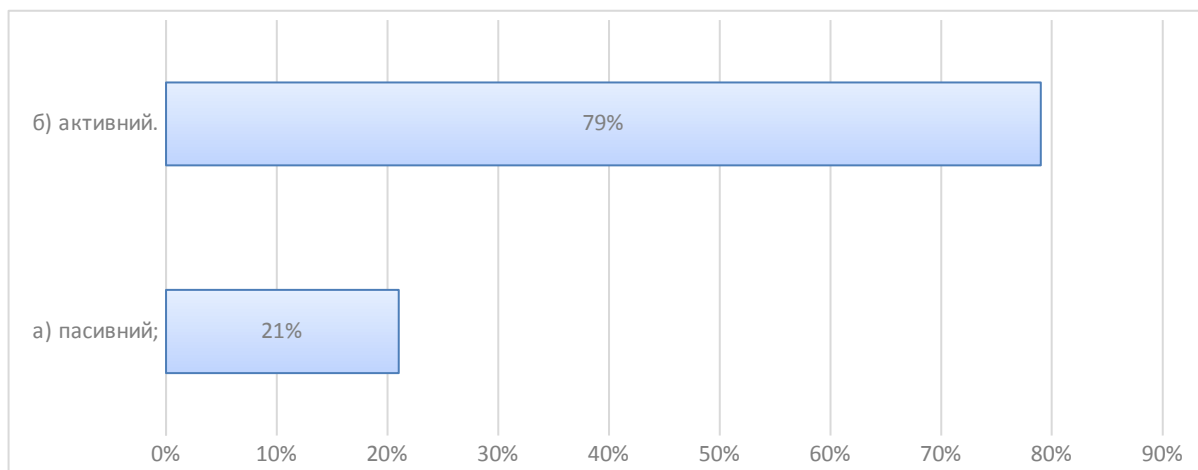
**Рис. 2.2. Розподіл відповідей щодо перспективності військового туризму в Україні**

Як видно з рисунку, більше половини туристів вважають військовий туризм цікавим та перспективним для розвитку в Україні (53% опитаних). У той же час зацікавленість у цьому виді відпочинку виявляють ще 35% туристів. І лише невеликому відсотку опитаних військовий туризм не цікавий взагалі. Видно великий інтерес з боку туристів, на основі якого формується попит.

Наступне питання полягає в тому, який вид військового туризму обирають респонденти: активний чи пасивний. Відповіді представлені на рисунку 2.3.

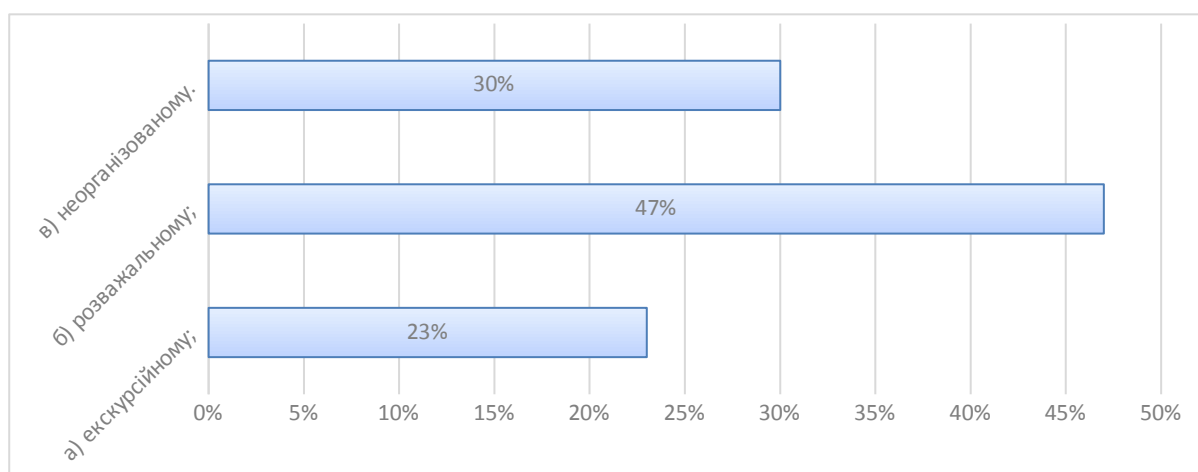
Згідно з опитуванням 79% туристів обирають активний вид військового туризму, який спрямований на вдосконалення та розвиток фізичних сил туриста та передбачає активні способи пересування. І 21% зацікавлені у

пасивному військовому туризмі, тобто тому, що спрямований на задоволення потреб у знаннях, отримання нових вражень та не пов'язаний із застосуванням фізичних сил туриста. Значить, більшість туристів хочуть не лише здобути нові знання та враження, а також покращити свою фізичну підготовку, удосконалити навички, випробувати екстрим.



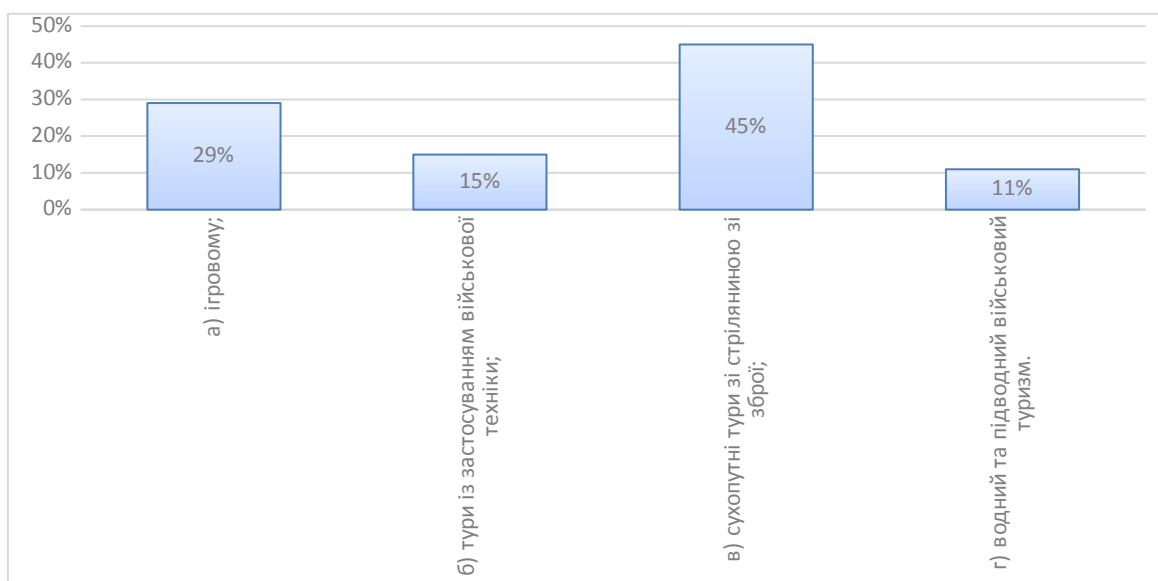
**Рис. 2.3. Розподіл відповідей, який показує переважальний вид військового туризму**

Далі слідує розподіл відповідей про види пасивного військового туризму (рисунок 2.4). Як видно з рисунку найбільш популярним серед пасивних видів військового туризму є розважальний (надають перевагу 47% туристів), далі неорганізований (30%) та екскурсійний (23%).



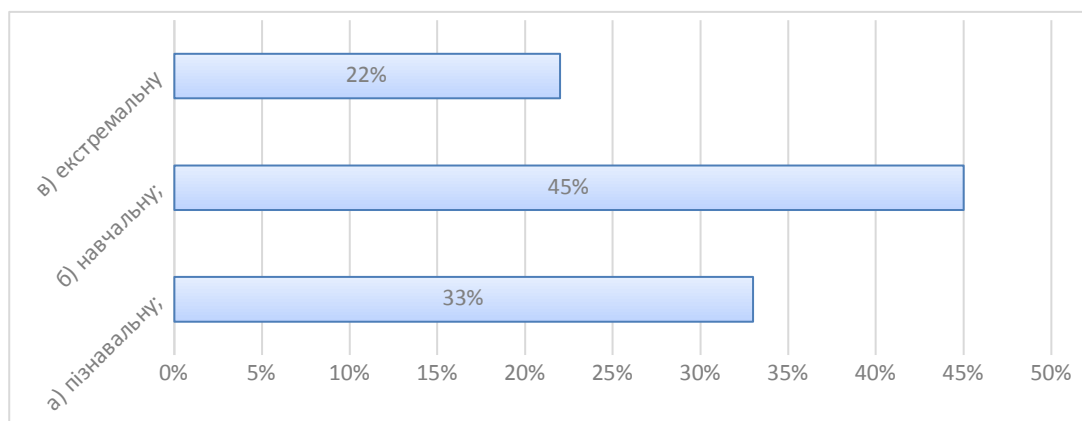
**Рис. 2.4. Розподіл відповідей про переважальні види пасивного військового туризму серед респондентів**

Відповіді про розподіл видів активного військового туризму розташовані на рисунку 2.5. Як бачимо, найбільш популярними серед видів активного мілітарі-туризму є сухопутні тури зі стріляниною зі зброї (45% опитаних) та ігровий туризм (29%). Менш популярні, але дуже перспективні для розвитку, тури із застосуванням військової техніки (15%), а також водний та підводний види військового туризму.



**Рис. 2.5. Розподіл відповідей про переважаючі види активного військового туризму серед респондентів**

Проведемо розподіл видів військового туризму з метою подорожі. Результати рисунку 2.6.



**Рис. 2.6. Розподіл видів військового туризму за метою подорожі**

За відповідями на питання про мету подорожі, види військового туризму розподілені таким чином: навчальний (45%), пізнавальний (33%) та екстремальний (22%). Екстремальний вид військового туризму є найбільш затратним і вимагає хорошої фізичної підготовки.

Отже, за результатами проведеного опитування можна зробити висновки, що dsqcmтуризм є цікавим та перспективним видом активного туризму. Попит досить великий, необхідно вдосконалити пропозицію.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Таким чином ми простежили тенденції розвитку військового туризму, які формуються в Україні останніми роками. До основних тенденцій відносяться зростаючий попит на екскурсійні тури військової тематики з пізнавальною метою, зростаючий інтерес туристів до сухопутних турів зі стріляниною зі зброї, збільшення ролі ігрового військового туризму, зростаючий інтерес до військової підготовки та підтримки армії, залучення жінок до чоловічих видів відпочинку. Зазначені тенденції позитивно впливають на формування пропозиції туристичного продукту військового туризму в Україні, оскільки формуються на підставі попиту на туристичному ринку. Також розглянуто цілі розвитку цього виду активного туризму в Україні, основними серед яких є: ефективне використання наявного туристичного потенціалу, постійна адаптація пропозиції до змін смаків споживачів, підтримання патріотизму та національної ідеї у населення, гармонізація розвитку туризму з урахуванням особливостей історії нашої країни.

Аналіз туристичної пропозиції військового спрямовування дозволив виявити популярні туристичні дестинації: Київську, Черкаську, Кіровоградську, Закарпатську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Львівську області. Серед організаторів: «Консул Тревел», туроператорів «Voyage Organization Group» та «Wonder&Holiday», клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ», молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста», громадську організацію «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс», військовий готель «Грінгоф», Назара Думу (який розробив авторську програму).

За результатами проведеного опитування зроблено висновок, що військовий туризм має можливості для розвитку, адже більшість респондентів вважають цей вид туризму перспективним та цікавим. Обираючи серед пасивного та активного респонденти віддали перевагу активному відпочинку, демонструючи при цьому найбільше зацікавлення до

наземних турів зі стрільбою. Найбільшу кількість відповідей отримав навчальний напрямок туризму.



## РОЗДІЛ 3.

### ОПТИМІЗАЦІЯ КОН'ЮНКТУРИ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНИ

#### 3.1. Напрями удосконалення кон'юнктури ринку військового туризму

Отже, проведений аналіз дозволив виявити багато факторів, які позитивно або негативно впливають на кон'юнктуру туристичного ринку військового туризму в Україні. Доцільним є систематизація отриманих даних, з метою виявлення подальших шляхів розвитку. Для досягнення цієї цілі, застосуємо такий інструмент як SWOT-аналіз, який передбачає виокремлення таких сфер як сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози. Результати систематизації представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

#### Оцінка перспектив розвитку військового туризму в Україні за допомогою SWOT-аналізу

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- наявні військових об'єктів, що становлять інтерес для туристів;</li> <li>- наявність військової техніки та обладнання;</li> <li>- наявність туристичної пропозиції;</li> <li>- увага до військових подій в Україні світової спільноти;</li> <li>- зручне геополітичне розташування України.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знищення інфраструктури російськими окупантами;</li> <li>- відсутність законодавства у сфері військового туризму;</li> <li>- висока вартість мілітарі-турів;</li> <li>- недосконалість реклами у сфері військового туризму;</li> <li>- вузький асортимент послуг.</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- зростання попиту на туристичні послуги України у післявоєнний час;</li> <li>- розширення існуючої туристичної пропозиції;</li> <li>- залучення зарубіжного досвіду у</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пасивність законодавчої політики держави та регулювання розвитку військового туризму;</li> <li>- нечесні підходи до ведення туристичного бізнесу, обман</li> </ul>

<p>вдосконаленні туру;  - зростання зацікавленості у розвитку військового туризму в країні;  - створення клубів з надання спеціальних послуг з мілітарі-відпочинку</p>	<p>туристів;  - конкуренція інших держав;  - збереження несприятливих норм податкової політики для ведення бізнесу в країні.</p>
--	--

Джерело: створено автором

Отже, розвиток військового туризму нашій країні має багато сильних сторін, головними у тому числі є ресурси, які можна використовуватиме створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку полягають у зростаючому інтересі до цього виду активного туризму та його підтримки. Натомість є слабкі сторони, серед яких недоступність об'єктів, відсутність фінансування та інвестицій, висока вартість турів. Загрози для розвитку військового туризму в Україні такі: відсутність законодавчої політики, несприятливі норми податкової політики, нечесні методи ведення бізнесу.

Для успішного розвитку цього виду активного туризму необхідно враховувати зарубіжний досвід. Пропонуємо наступні шляхи удосконалення продукту військового туризму в Україні на основі досвіду інших країн:

1. Розробка державних програм розвитку військового туризму із залученням Міністерства оборони країни, оскільки багато ресурсів у розвиток даного виду туризму перебувають у тому відомстві.

2. Розвиток та збереження об'єктів інтересу для військового туризму. В Україні перебуває багато військової техніки та зброї радянських часів, які привертають увагу туристів із багатьох країн. У Польщі, наприклад, фортецю Осовець щороку відвідують понад 47 тис. туристів. Колишні радянські доти, що опинилися після 1945 р. біля країни, нині реставруються і використовуються як туристські об'єкти.

3. Налагодження співпраці між учасниками, які беруть участь у формуванні продукту військового туризму, спрощення бюрократичних заходів.

4. Патріотичне виховання молоді за допомогою військового туризму, вдосконалення фізичної та військової підготовки.

5. Розширення пропозиції та удосконалення реклами військових турів різних напрямків.

6. Тільки в Європі існує 14 асоціацій військового туризму, в Парижі знаходиться штаб-квартира Всесвітньої асоціації військового туризму. Використовуючи європейський досвід, створити асоціацію військового туризму для координації та сприяння розвитку цього напрямку в Україні.

7. Китай купує списані іноземні військові кораблі та влаштовує у них музеї [17.]. Відкриття цікавих військових музеїв в Україні, зокрема на списаних військових кораблях (успішний досвід Китаю).

8. Орієнтуючись на досвід Ізраїлю, який отримує прибутки від військового туризму, проводити тренінги в міських умовах з використанням військового екіпірування, навчання мистецтву рукопашного бою, надавати можливість відчувати себе офіцерами спецназу з проживанням у відповідних умовах, організувати стрибки з парашутом, військових машин в екстремальних умовах та засідки.

9. У наші дні багато туристів відвідують регіони, що постраждали від війни, а деякі відвідують і зони військових дій, такі як Ізраїль, Ліван, М'янма, Алжир, Колумбія та інші регіони. Під час другої ліванської війни 2006 року Бейрут був сповнений туристів, які були змушені залишити місто після початку бойових дій. Багато туристів також залишали Кенію, Філіппіни та інші регіони у зв'язку з нестабільною обстановкою. Можна було б стверджувати, що продовження туризму в цих регіонах є «військовим туризмом», хоча до зон бойових дій не було доступу туристів. Військові формування які перебувають у різних частинах світу і іноді демонструють бойові дії, туристичні фірми навіть надають путівки у місцях реальних

військових конфліктів. В Україні також є території, де проводяться військові дії та постраждалі території. Для любителів екстриму та бажаючих відчутти атмосферу війни можлива пропозиція цього виду послуг.

10. Активне використання численних фортифікаційних споруд для створення продукту військового туризму та формування попиту.

Можемо зробити висновок, що військовий туризм розвивається у різних країнах світу, має попит серед туристів, а також має великі перспективи розвитку. Досвід іноземних держав показує, що воєнний туризм приносить прибутки. При чому повертаються не тільки витрачені кошти, а й приходить усвідомлення історичної цінності та безцінної спадщини, яка несе виховний характер.

Проблемою для України залишається відсутність організації, яка б здійснювала контроль за якістю послуг та безпекою у військово-туристичній сфері. Для цього необхідно розробити та запровадити галузеві стандарти надання послуг у військовому туризмі. Впровадження відповідних стандартів сприятиме більш інтенсивному розвитку туристичної галузі загалом та її складової – військового туризму. Щодо розвитку останнього це особливо важливо, оскільки необхідно виробити принципи безпеки та якості послуг.

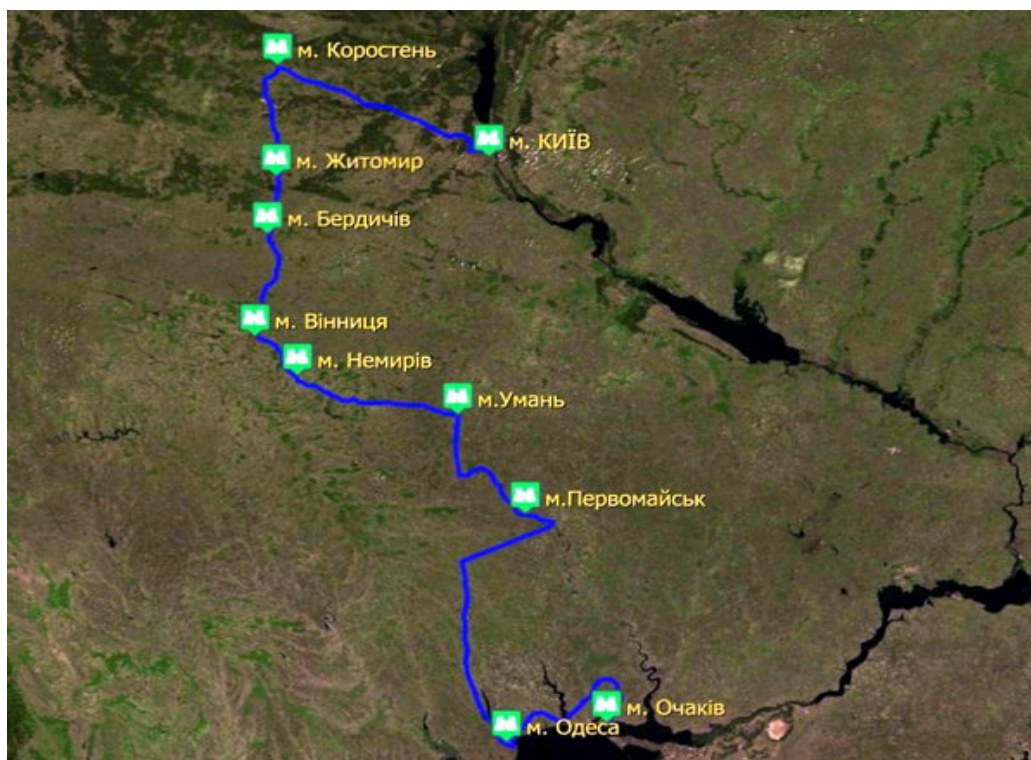
Таким чином, ми розглянули успішні приклади розвитку військового туризму у різних країнах, які могли б бути використані в Україні для поліпшення стану сучасного військового туризму.

### **3.3. Удосконалення туристичної пропозиції військового туризму**

Пропонуємо удосконалити туристичну пропозиції військового туризму України, розробивши новий розробити військовий тур «Україна фортифікаційна», маршрут якого такий: Київ – Коростень – Житомир – Бердичів – Вінниця – Немирів – Умань – Первомайськ – Одеса – Очаків.

З огляду на географічне розташування міст, зокрема Одеси та Очакова, можна пропонувати і комбіновані тури: військова тематика пов'язана із

відпочинком на морі. Подібний тур дозволить по новому сприйняти приморські області України. Схему маршруту показано на рисунку 3.1.



**Рис.3.1. Картосхема тура «Украина фортификационная»**

Джерело: створено автором

Розрахуємо вартість запропонованого туру.

Програмою туру передбачено:

1 день – Виїзд з Києва 08.00. Екскурсія до музею ракетних військ. Стрільянина на полігоні біля Києва. Обід у польових умовах, який включає страви з меню солдатів. Проїзд до міста Коростень. Відвідування військово-історичного комплексу «Скеля», розташованого на території Островського парку в центральній частині міста Коростень. Знайомство з історією комплексу на базі Бункера Сталіна або секретного підземного командного пункту Коростенського укріпрайону №5, що входило до Лінії Сталіна. Вечеря у ресторані міста Коростень, розміщення у готелі.

2 день – Виїзд з Коростеня 08.00. Відвідування ставки Гімлера. Це колишнє місцезнаходження нацистського ідеолога Генріха Гімmlера, бункер

наземного легкого типу. Таких тут два. Ми можемо розглянути той, що мав розміри вісім на вісім метрів. Навіть не надто презентабельний, він вражав своєю величчю. Проїзд до Житомира та відвідування залишків Житомирського замку та фортифікаційних споруд. Проїзд у Бердичів та відвідування фортечних стін з вежами та келіями у Бердичеві. Проїзд до Вінниці. Відвідування Вінницької стіни – комплексу оборонних та монастирських споруд XVII століття у Вінниці. Складався з будівель та стін єзуїтського монастиря, єзуїтського костелу, колегіуму, гуртожитку, а також домініканського монастиря та домініканського костелу. Побудови були оточені потужними фортечними стінами з контрфорсами, бійницями та бойовими вежами. Вечеря у ресторані міста Вінниця, розміщення у готелі.

3 день – Виїзд із Вінниці 08.00. Відвідування Немирівського городища (також Немирівські вали, або Великі вали) – одного з найбільших міст скіфського часу, ранніх залізних часів України (IX – V ст. до н. е.) між Дністром та Дніпром. Вважається одним із «Семи чудес Вінницької області». Проїзд до Умані. Знайомство з фортифікаційними спорудами та історією міста Умань. Проїзд до міста Первомайськ. Відвідування земляного форту-фортеці Святого Олексія. Знаходження у військовій частині міста Первомайськ, інструктаж, знайомство зі зброєю, можливість постріляти та поїздити на військовій техніці. Вечеря та ночівля на території частини.

4 день – Виїзд з Первомайська 08.00. Прибуття до Одеси. Знайомство з фортифікаційними спорудами та історією міста Одеса. Вільний час для прогулянок містом. Вечеря у ресторані міста Одеса, розміщення у готелі.

5 день – Виїзд з Одеси 08:00. Прибуття до Очакова. Ознайомлення з фортифікацією міста. Знаходження на території 15 батарей берегової оборони. Ознайомлення з охороною морських кордонів. Відправлення до Києва.

Влітку програму туру можна розширити, додавши відпочинок на море. Також збільшити кількість днів туру. Розрахунок вартості туру представлений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

**Вартість туру «Україна фортифікаційна»\***

Показник витрат	Стоимость в грн.
Проживання	1600
Екскурсійне обслуговування	500
Вхід на території військових частин, інструктаж	400
живлення	1200
Стрілянина зі зброї, катання на військовій техніці	2000
Транспортні послуги	1500
Усього	7200

\* розраховано автором

Таким чином, розрахована вартість запропонованого туру для однієї особи становить 7200 грн. Час проведення туру – 5 днів. Відправний пункт – Київ, кінцевий пункт відвідування – Очаків з поверненням назад до Києва. Цільова аудиторія - туристи різного віку, які цікавляться історією та військовою технікою, бажають поєднати пізнавальні цілі подорожі з активним відпочинком, покращити свою фізичну та військову підготовку.

Орієнтуючись на досвід Ізраїлю, який успішно розвиває військовий туризм та заробляє на ньому, пропонуємо військовий тур «Досвід спецназу», орієнтований на молодь із непоганою фізичною підготовкою, яка бажає випробувати свої сили та вдосконалити навички. Мінімальна кількість учасників – 5 осіб. Програма туру передбачає:

- тренінг у міських умовах з використанням повного спорядження та зброї + сценарій, що імітує реальну життєву ситуацію (особлива навчальна операція, спланована та виконана учасниками туру);
- навчання військової системи рукопашного бою;

- стрілянина з різноманітної вогнепальної зброї (Узі, Тавор, АК-47, М16).

Вартість даного туру – 5500 грн. з особи.

Військові тури такого типу можна пропонувати у всіх містах України, особливо у великих мегаполісах. Всі ці військові фішки тісно переплести з пікніками, відпочинком та екскурсіями. Тобто турист отримує за адекватні гроші повну гаму усіляких відчуттів. При правильному просуванні та зацікавленості матимуть величезну популярність. Можуть бути варіантом корпоративного відпочинку для офісних працівників.



### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Таким чином, ми провели SWOT-аналіз перспектив розвитку військового туризму в Україні та виявили багато сильних сторін та можливостей. З огляду на те, що цей вид активного туризму недостатньо розвинений у нашій країні і деякі туристичні організації пропонують військові тури, конкуренція на ринку є низькою, а попит на послуги зростає.

Розроблено військовий тур, орієнтований на туристів різного віку та рівня підготовки, комбінований з культурно-пізнавальними цілями та можливістю відпочинку на морі. За належної державної підтримки, значної уваги від іноземців та активного розвитку туристичними організаціями, військовий туризм має змогу стати одним із найприбутковіших видів туризму в Україні.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено такі висновки:

Сьогодні військовий туризм починає відігравати велику роль у суспільстві, через реалізацію пізнавально-освітньої, інтегруючої, виховної, спортивної, естетичної та емоційно-психологічна функцій.

Виявлено, що у науковій літературі військовий туризм має різні поняття та підходи до ролі у класифікаційній системі. З огляду на це, запропоновано військовий туризм розуміти як спеціалізований вид туризму, завдяки якому туристи можуть відвідати історичні та сучасні пам'ятні військові об'єкти (або установи, локації); долучитися до реалій сучасного військового життя і побуту; взяти участь в безпечних військових подіях чи їх історичних реконструкціях.

Поняття «кон'юнктура» охоплює сукупність усіх умов та обставин, в яких здійснює свою діяльність той чи інший господарюючий суб'єкт; ключовими елементами якої виступають попит та пропозиція. Аналізуючи туристичну кон'юнктуру, слід врахувати такі чинники, що впливають на неї як: НТП, сезонність та періодичність споживання туристичних послуг (особливо у період відпусток).

Портрет сучасного мілітарі-туриста наступний: активні, пристрасні, захоплені ідеєю, цікаві люди, які бажають краще розуміти власну історію, відчувати зміни епох, вжитися в образи бойових генералів минулих років.

Військовий туризм в Україні – відносно молодий напрямок подорожей та розваг. Однак цей вид туризму вже встиг набрати чималу кількість шанувальників. Під впливом попиту сформувалися деякі тенденції розвитку даного виду активного туризму в Україні, які, у свою чергу, мають вплив на формування пропозиції туристичного продукту мілітарі-туризму. До головних тенденцій відносяться екскурсійні тури військової тематики з пізнавальною метою, сухопутні тури зі стрільниною зі зброї, ігровий мілітарі-туризм, зростаючий інтерес до військової підготовки та підтримки

армії, залучення жінок до чоловічих видів відпочинку. Зазначені тенденції позитивно впливають на формування пропозиції туристичного продукту мілітарі-туризму в Україні, оскільки формуються на підставі попиту на туристичному ринку.

Військовий туризм недостатньо розвинений в Україні. Здебільшого, існують однотипні пропозиції відвідати військовий музей чи стрільбище. Пропозиція мілітарі-турів надана навіть не у всіх обласних центрах. Необхідне вдосконалення пропозиції товару військового туризму та її просування.

Аналіз попиту проводився шляхом анкетування туристів. В результаті опитування виявлено, що військовий туризм має можливості для розвитку, адже більшість респондентів вважають цей вид туризму перспективним та цікавим. Обираючи серед пасивного та активного респонденти віддали перевагу активному відпочинку, демонструючи при цьому найбільше зацікавлення до наземних турів зі стрільбою. Найбільшу кількість відповідей отримав навчальний напрямок туризму.

Використовуючи SWOT-аналіз, виявлено перспективи розвитку військового туризму в Україні. Розвиток мілітарі-туризму в нашій країні має багато сильних сторін, головними з яких є ресурси, які можуть бути використані для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку полягають у зростаючому інтересі до цього виду туризму не лише серед респондентів, а й серед іноземців. Натомість є слабкі сторони, серед яких недоступність об'єктів, відсутність фінансування та інвестицій, висока вартість турів. Загрози для розвитку мілітарі-туризму в Україні такі: відсутність політики, що регулює даний вид туризму, несприятливі норми податкової політики, конкуренція інших держав.

Для успішного розвитку цього виду військового туризму доцільно враховувати зарубіжний досвід. Враховуючи досвід інших країн, розроблено та розраховано п'ятиденний тур «Україна фортифікаційна», маршрут якого такий: Київ – Коростень – Житомир – Бердичів – Вінниця – Немирів – Умань

– Первомайськ – Одеса – Очаків. Цільову аудиторію запропонованого туру складають туристи різного віку, які цікавляться історією та військовою технікою, бажають поєднати пізнавальні цілі подорожі з активним відпочинком, покращити свою фізичну та військову підготовку.

При правильному підході до формування пропозиції та керуванні попитом, запропонований тур міг би стати зразком для створення успішних турів у різних містах нашої держави.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм. Аспект Пресс, 2001. Москва.
2. Беднарський В.Д. Екстремальний туризм: тенденції розвитку. *Сучасні форми й види туризму*. 2021. С.873-874
3. Винниченко, І. Чому не можна ввійти до «Хегевальда». *Урядовий кур'єр*. 2013.
4. Вислободська Г.П. Основні аспекти аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг. *Вдосконалення фінансово-кредитного механізму забезпечення інноваційного розвитку економіки*: збірник тез Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Частина 2. Дубляни, 2020, С.142-144
5. Військовий туризм: все, що треба знати про відпочинок із автоматом. ТСН. URL: <https://tsn.ua/tourism/viyskoviy-turizm-vse-scho-treba-znati-pro-vidpochinok-iz-avtomatom-353384.html> (дата звернення 28.04.2022).
6. Военный туризм. URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/voennyu-turizm.html> (дата звернення 19.04.2022).
7. Гуржій, О., Пилявець, О. Сучасна воєнно-історична та воєнна термінологія: проблемні питання. *Сторінки воєнної історії України*: Збірник наукових статей, 12. 2009. С. 19–24
8. Деробчинська А.В. Розвиток активного туризму в Україні. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». Частина II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ». 2015. С.27-30.
9. Дутчак С., Дутчак М. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області. *Туристсько-краєзнавчі дослідження*, 2. 1999. С. 123-136

10. Каднічанський, Д. Історична спадщина УПА і туризм. *Географія і туризм: європейський досвід*. 2009. С. 63-66.
11. Каднічанський, Д., Каднічанська, М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, 9 жовтня 2020*, С.132-135.
12. Квартальнов В.А. Туризм. Туристична бібліотека. Все про туризм. URL: [https://infotour.in.ua/kvartalnov\\_tourism11.htm](https://infotour.in.ua/kvartalnov_tourism11.htm) (дата звернення 28.04.2022).
13. Кіптенко, В. Менеджмент туризму. Київ: Знання. 2010.
14. Кляп, М.П., Шандор, Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Знання. 2011. Київ.
15. Ковешніков, В. С., Ліфіренко, О. С., Стукальська, Н. М. Інноваційні види туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. Економічна наука 4. 2016.
16. Корнілова Н., Скупенко К. Військово-патріотичні тури – сучасний напрямок внутрішнього туризму. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання», 21–22 березня 2019 року, м. Черкаси: у 2-х томах. Черкаси: ЧДТУ. 2019.
17. Кушнар'ов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстримального та пізнавально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. С.107–118.
18. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2008. Київ.
19. Мартыновская А. А. Активный туризм: специфика продукта. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2016. С 86–89.

20. Мельник, А. Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму. *Краєзнавство, географія, туризм*. 2012. С. 3-5.

21. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі. *Управління, технології, моделі: колективна монографія*. Видання п'яте, за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. ІВВ Луцького НТУ. 2019. Луцьк.

22. Поліщук О. В. Особливості та складові мілітарі-туризму. Характеристика військово-пригодницького туризму та військово-історичних реконструкцій бойових дій та фестивалей. *Туризм і рекреація – туристичний ринок, його сучасний стан і прогноз розвитку*. 2014.

23. Рахман М.С., Оніщенко В.С. Аналіз кон'юнктури ринку міжнародних туристичних послуг України. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 5(10). С. 34-39

24. Сайт компанії Консул Тревел URL: <http://www.cts-tours.com/consul-travel-service/ru> (дата звернення 19.04.2022).

25. Сайт милитари-отеля Грингоф URL: <https://grun-hof-militray-sadyba-hotel-huklyvuу.hotelmix.com.ua/> (дата звернення 16.04.2022).

26. Сайт молодежного оздоровительного спортивно-туристического функціонального центра «Садниста» URL: <https://sadmysta.com.ua/> (дата звернення 17.04.2022).

27. Сайт общественной организации «Всеукраинский военно-патриотический центррмузей «Шампаньтранс» URL: <http://military-tour.com/> (дата звернення 18.04.2022).

28. Сайт СВІМ URL: <http://www.svim.com.ua/> (дата звернення 16.04.2022).

29. Сайт туроператора Voyage Organization Group URL: <http://www.vog.com.ua/> (дата обращения 28.04.2022).

30. Сайт туроператора Wonder&Holiday URL: <https://wondersholidays.com/uk/>(дата звернення 22.04.2022).

31. Семенова М. Аналіз змін до Закону України «Про туризм» з огляду на сучасний досвід країн ЄС. Support for entrepreneurship and innovation economy in the EU, Latvia and Ukraine law: II International Intersectoral Conference, 24 May 2019. – Riga : Baltic International Academy, 2019. P. 105–111.

32. Титова Е.А. Военный туризм как новое направление на туристском рынке. Межвузовский сборник научных трудов. URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/titova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/titova.htm) (дата обращения 30.03.2022).

33. Укрінформ. Глобальний індекс мілітаризації: Україна піднялася на 15 місце URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2131434-globalnij-indeks-militarizacii-ukraina-pidnalasa-na-15-misce.html> (дата звернення 18.04.2022).

34. Устименко, Л.М. Основи туризмознавства: навчальний посібник. 2-е вид. Альтерпрес. 2011. Київ.

35. Федорченко А.В. Роль маркетингу та маркетингових досліджень в системі управління підприємством. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*: Зб. наук. Праць. 2008. С. 304 – 309

36. Eade, J., Katić, M. (Eds.). *Military Pilgrimage and Battlefield Tourism: Commemorating the Dead* (Routledge Studies in Pilgrimage, Religious Travel and Tourism). 1st Edition. 2017.

37. Hao G. The development of military tourist resources. *progress in geography* 16(4). 2017. С. 75-81.

38. Hrusovsky, M., Noeres, K. *Military Tourism. The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*. Wiesbaden. 2011. Gabler. pp.87-94.

39. Ratnayake, I., Napugoda, M. *Tourism Under Military: A Critique on Land Utilization and Tourism in Postwar Sri Lanka*. Sabaragamuwa University Journal. 2016. 18-35.

40. Smith, V. L. War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25 (1). 1998. С. 202-227.



41. Venter, D. Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume, 6 (1). 2017.
42. Weaver, A. Tourism and the military: Pleasure and the War Economy. *Annals of Tourism Research*. 2011. 672-689.
43. Zwigenberg, R. The Atomic City: Military Tourism and Urban Identity in Postwar Hiroshima. *American Quarterly*. Johns Hopkins University Press, 68 (3). 2016.C. 617-642.

## ДОДАТКИ

### Додаток А.

#### **Пропозиція військових турів туроператора Voyage Organization Group**

1. Пакет «Стрілок» – 1331 гривень

Автомат Калашникова АКМ – 10 пострілів

Тавор «ТАР – 21» – 10 пострілів

Снайперська гвинтівка Драгунова (СВД) – 5 пострілів

Пістолети ПМ, «Форт» – 10 пострілів

2. Пакет «Снайпер» – 2387 гривень

Автомат Калашникова АКМ – 40 пострілів

Снайперська гвинтівка Калашнікова 101 – 40 пострілів

Пістолети ПМ, «Форт» – 20 пострілів

3. Повний пакет – 2497 гривень

Автомат Калашникова АКМ – 20 пострілів

Тавор «ТАР – 21» – 20 пострілів

Снайперська гвинтівка Драгунова (СВД) – 5 пострілів

Пістолети ПМ, «Форт» – 20 пострілів

Мисливська рушниця – 25 пострілів.

**Додаток Б.****Пропозиція військових турів туроператора Wonder&Holiday**

1. Секретний об'єкт «Скеля» та ставка Гімлера. Можливість відвідати унікальні військові об'єкти Другої світової війни. Секретний бункер Сталіна - об'єкт «Скеля», який більш ніж півстоліття був суворо засекречений, і ставку рейхсфюрера СС Генріха Гімлера «Хегевальд», де приховані таємниці Третього Рейху. Індивідуальний тур 790 грн. за людину.

2. Екскурсія до музею ракетних військ. Індивідуально від 1600 грн. за людину. Екскурсія до музею ракетних військ стратегічного призначення – єдиний у світі музей, створений на базі реальної військової ракетної частини. Секретний об'єкт до 1999 року. Після розпаду СРСР в Україні залишилось 176 міжконтинентальних балістичних ракет. Майже половина з них – на секретній базі міста Первомайськ. Кожна з цих ракет могла долетіти до США і несли ядерний заряд, який у десятки разів перевищував бомби, що знищили Хіросіму і Нагасакі. До кінця 90-х років потрапити на територію бази було неможливо: будь-кого, хто наслідився б сюди проникнути, чекали система радіопроменевого виявлення, електрика напругою 3000 вольт, мінне поле та солдати з кулеметами. З 2001 року це набагато простіше – база ракетних військ стала унікальним музеєм, який можна відвідати, замовивши екскурсію із Києва.

3. Стрільба на полігоні у Києві. Тур на стрілецький полігон під Києвом, де можна постріляти із різних видів вогнепальної зброї – пістолетів, гвинтівок, автоматів. Військовий тур на полігон під Києвом – це можливість спробувати свої сили у стрільбі під керівництвом досвідчених інструкторів. Вони навчать основ володіння бойовою зброєю, правил техніки безпеки та точної стрільби по статичним та рухомим мішеням. Тур на стрілецький полігон – відмінний варіант активного відпочинку для групи людей, корпоративного відпочинку та тимбілдингу – можна не лише постріляти, а й влаштувати змагання на влучність чи командні ігри. За запитом можливий виїзд на секретний полігон для стрільби з ручного кулемета. Ціна від 500 грн. за людину.

4. Катання на БТР (БРДМ) у Києві. Ексклюзивний військовий тур, вартість від 2000 грн. за людину. Можливість відчувати всю силу та міць українського БТР чи БРДМ на базі військової під Києвом. Унікальний тур на секретний полігон, де можна покататися та здобути урок водіння бойової машини.

**Додаток В.****Технологічна мапа туристичного маршруту**

*Протяжність маршруту:* 190 км.

*Тривалість подорожі:* ознайомча – 1 день, екскурсійна – 2-3 дні, анімаційна – 5-7 днів.

*Маршрут екскурсії:* Свалява-Уклін-Верхня Грабовниця-Підполозье – Гукливе (єдиний в Україні мілітарі-готель «Грінгоф») – Межигір'я – Синевір.

*Характеристика маршруту:*

1. Відвідування об'єктів військових ліній на Закарпатті.
2. Екскурсія 1-кілометровим бункером у селі В. Грабовниця.
3. Ознайомлення з історією Другої світової війни.
4. Кухня угорських військових II у зеленій садибі В. Грабовниця.
5. Перебування в єдиному в Україні мілітарі-готелі «Грінгоф».
6. Пішохідна екскурсія Синевірським національним парком «Лінія Св. Іштвана»
7. Відвідування одного з 7 природних чудес України – озера Синевір.

*Практичне використання маршруту:*

- ознайомлення з історією Другої світової війни.
- анімативні ігри (військові турніри та фестивалі, пейнтбол, сталкерство, спелеотуризм)
- військова кухня.

*Опис оборонних ліній за маршрутом:*

Об'єкти періоду Другої світової війни, зокрема, Лінія Арпада. Лінія Арпада створювалася в 1943 - 1944 роках для оборони від Червоної Армії. У ході будівництва виникла потреба побудувати ефективну лінію оборони з мінімальними витратами та в найкоротші терміни. Оборону на лінії Арпада вела тринадцята піхотна дивізія 1-ї угорської армії. Лінія Арпада була суцільною і складалася з окремих вузлів оборони. Усього ж на лінії Арпада лише у межах четвертого Українського фронту було збудовано 99 опорних пунктів, 759 дотів, 394 ДЗОТ, 439 відкритих вогневих рубежів, 400 км траншів та стрілецьких окопів, 135 км протитанкових перешкод.

Найпрезентабельніша зона лінії – у Верхній Грабовниці, де знаходиться 1,5-кілометровий тунель із бічними відхиленнями. Там зберігалася амуніція та зброя, розташовувалися контрольні виходи, вентиляційні шахти. Це був військовий об'єкт, у якому були всі умови, щоби довго тримати оборону.

**Додаток Г.****АНКЕТА**

1. Вкажіть вашу стать:

*а) чоловіча;*

*б) жіноча.*

2. Вкажіть ваш вік:

*а) до 18 років;*

*б) 18-25 років;*

*в) 25-35 років;*

*г) 35-55 років;*

*д) понад 55 років.*

3. Вкажіть ваш рівень освіти?

*а) середня;*

*б) середня професійно-технічна;*

*в) вища;*

*г) інше (вкажіть свій варіант).*

4. Вкажіть Ваш рівень доходу протягом місяця?

*а) до 6000 грн.;*

*б) 6000–9000 грн.;*

*в) 9000–12000 грн.;*

*г) понад 12 000 грн.*

5. Чи вважаєте ви цікавим та перспективним військовий туризм в Україні?

*а) вважаю перспективним та цікавим;*

*б) цікавий, але перспектив не бачу;*

*в) цікавий лише для разового відпочинку;*

*г) мало цікавий, хіба що постріляти;*

*д) нецікавий та неперспективний.*

6. Якому виду військового туризму ви надаєте перевагу: активному чи пасивному?

*а) пасивний;*

*б) активний.*

7. Якому напрямку пасивного військового туризму ви надали б перевагу?

*а) екскурсійному;*

*б) розважальному;*

*в) неорганізованому.*

8. Якому з видів активного військового туризму ви надаєте перевагу?

*а) ігровому;*

*б) тури із застосуванням військової техніки;*

*в) сухопутні тури зі стрільниною зі зброї;*

*г) водний та підводний військовий туризм.*

9. Яку мету Вам би хотілося б досягти під час військового туру?

*а) пізнавальну;*

*б) навчальну;*

*в) екстремальну.*

### Додаток Д.

#### Розподіл споживачів продукту військового туризму за соціально-демографічними показниками \*

Показник	% туристів
Стать:	
Чоловіча	78
Жіноча	22
Вік:	
До 18 років	9
18-25 років	27
25-35 років	35
35-55 років	18
Понад 55 років	11
Освіта:	
Середня	15
Середня професійно-технічна	37
Вища	40
Інший варіант	8
Дохід за місяць:	
до 6000 грн.	11
6000-9000 грн.	18
9000–12000 грн.	28
вище 12000 грн.	43

\* складено автором